

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan sifat penelitian

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Konten Instagram @filosofikopi Terhadap Minat Beli Followers” menggunakan metode kuantitatif dengan paradigma positivistik. Menurut pandangan positivistik, peneliti melakukan uji hipotesis dan pengumpulan data secara objektif untuk mendapatkan hasil secara terbuka dan sistematis. (Prof. Setyosari 2016, p. 46)

Ragam penelitian kuantitatif dibuat sebesar mungkin supaya tidak terjadi tumpang tindih antara ragam satu dan lainnya. Sebab hal tersebut dapat membingungkan orang dalam membedakan satu ragam dengan lainnya terlebih untuk pemula (Bungin, 2017, p. 48).

Penelitian ini bersifat eksplanatif yang berarti menfokuskan kepada variable variabel yang terikat dan sebab akibat. Eksplanatif berarti komunikasi yang menghubungkan variabel x dan variabel y sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. Pada penelitian ini, peneliti ingin menjelaskan pengaruh konten Instagram @filosofikopi terhadap minat beli followers.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode survei. Survei menurut Sudaryo (2019) merupakan jenis penelitian yang mengumpulkan informasi tentang karakteristik, tindakan, atau pendapat dari responden yang dianggap sebagai populasi. Survey merupakan salah satu cara yang digunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan data bisa menggunakan kuisisioner yang didistribusikan secara langsung atau melalui online.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Morrisian (2017, p. 109) populasi didefinisikan sebagai suatu kumpulan subjek, variabel, konsep, atau fenomena. Dalam penelitian kita dapat meneliti anggota populasi untuk mengetahui sifat populasi yang bersangkutan. Populasi ini merupakan bagian penting dalam melakukan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* @filosofikopi yang berjumlah 283 ribu (Mei 2021).

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang diteliti sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan dapat mewakili seluruh populasi (Hamdi & Bahrudin, 2015, p. 38). Pengambilan sampling harus memiliki syarat yang sesuai dengan populasi yang

telah disesuaikan. Pengambilan sampel bisa dilakukan berbagai macam cara, salah satunya yaitu *purposive sampling* dalam kategori *non probability sampling*.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Menurut Sugiyono yang dikutip oleh Mamik (2015, p. 50) *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel mengikuti cara tertentu. Teknik ini dipakai dalam penelitian yang memerlukan kriteria khusus dan sesuai dengan tujuan penelitian. Berikut syarat utama responden penelitian.

1. Responden adalah *followers* dari akun instagram @filosofikopi
2. Responden mengetahui *brand* Filosofi Kopi

Ditulis oleh Hidayat (2017, para . 1) bahwa *purposive sampling* merupakan teknik yang pengambilan sampelnya ditentukan oleh peneliti, dengan menentukan ciri khusus yang sejalan dengan tujuan penelitian dan diharapkan bisa menjawab permasalahan dalam penelitian. Sehingga, diputuskan oleh peneliti untuk melakukan penyebaran instrumen penelitian kepada responden sebesar 200 sampel.

Gambar 3.1 Ukuran Sampel

Type of Study	Minimum Size	Typical Range
Problem identification research (e.g., market potential)	500	1,000–2,500
Problem-solving research (e.g., pricing)	200	300–500
Product tests	200	300–500
Test-marketing studies	200	300–500
TV/radio/print advertising (per commercial or ad tested)	150	200–300
Test-market audits	10 stores	10–20 stores
Focus groups	2 groups	6–15 groups

Sumber: Malhotra, 2010, p. 343

Jumlah sampel diambil dari pernyataan Malhotra (2010, p. 343) pada tabel di atas. Dilihat dari tipe penelitian ini masuk ke kategori *test-marketing studies* yang mengambil jumlah *minimum size* yaitu 200 responden. *Test-marketing studies* dilakukan untuk mengetahui jumlah penerimaan masyarakat kepada produk atau jasa yang sudah ada.

Dengan menggunakan 200 responden untuk mengetahui pengaruh konten Instagram @filosofikopi terhadap minat beli *followers* dibutuhkan uji validitas. Dikutip oleh Gray dalam Effendi (2012, p. 190) jumlah responden yang dipakai untuk uji coba kuisioner sebanyak 30-40 responden yang sekiranya memadai. Setelah pernyataan *valid*, penulis akan menyebarkan kuisioner kepada 200 responden berdasarkan *minimum size* dari *test-marketing studies* Malhotra.

3.4 Operasional Variabel

3.4.1 Operasional Variabel X

Indikator dari operasional variabel yang digunakan penelitian ini digunakan dari konsep dasar media sosial Instagram oleh Solis. Namun dikerucutkan dengan konten Instagram oleh Murphy dan Hildebrandt yaitu 7C komunikasi. Pada variabel independent yang merupakan konten Instagram terdiri *dari clarity, concise, concrete, correct, coherent, complete, dan courteous*. Dimensi *clarity* yaitu pesan dikomunikasikan dengan jelas, *concise* adalah komunikasi secara ringkas, *concrete* merupakan pesan yang konkret dan memiliki fakta, *correct* yaitu pesan jelas serta terbuka, *coherent* adalah komunikasi yang logis, *complete* yang berarti pesan sudah jelas, dan terakhir *courteous* adalah pesan disampaikan secara bijaksana.

Tabel 3.1 Operasional Variabel X

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Konten Instagram (X)	1 <i>Clarity</i>	Informatif	Konten feeds Instagram @filosofikopi menyediakan informasi yang bermanfaat
		Penyampaian pesan sederhana	Penulisan Caption tentang brand @filosofikopi mudah dimengerti
		Penyampaian pesan jelas	Foto produk yang di unggah pada akun @filosofikopi disampaikan dengan jelas
	2 <i>Concise</i>	Format foto dan <i>caption</i> ringkas	Penulisan caption pada unggahan Instagram @filosofikopi ringkas
			Foto pada akun Instagram @filosofikopi menunjukan brand mereka sebagai produk kopi
	3 <i>Concrete</i>	Update dengan informasi terbaru dari <i>brand</i> filkopcatalog	Informasi yang diberikan pada <i>feeds Instagram</i> @filosofikopi tentang brand mereka selalu <i>up to date</i>
			Foto yang diberikan pada <i>feeds Instagram</i> @filosofikopi tentang brand mereka selalu <i>up to date</i>
		Informasi dapat dipercaya	Informasi yang disampaikan melalui <i>feeds</i> akun Instagram @filosofikopi benar dan terpercaya
	4 <i>Correct</i>	Informasi yang diberikan tidak salah	@filosofikopi memberikan produk sesuai dengan apa yang dipromosikan di Instagram.

	5 <i>Coherent</i>	Caption menarik	Penulisan <i>caption</i> pada konten <i>feeds</i> @filosofikopi tentang <i>brand</i> mereka dikemas menarik
		Caption logis	Penulisan <i>caption</i> pada konten <i>feeds</i> @filosofikopi tentang <i>brand</i> mereka masuk akal
		Foto menarik	Unggahan foto pada <i>feeds</i> @filosofikopi tentang <i>brand</i> mereka dikemas secara menarik
		Foto unik	Unggahan foto pada <i>feeds</i> @filosofikopi tentang <i>brand</i> mereka dikemas secara unik
		Foto Logis	Unggahan foto pada <i>feeds</i> @filosofikopi tentang <i>brand</i> mereka propotional
	6 <i>Complete</i>	Penulisan <i>Caption</i> Informatif	Penulisan <i>caption</i> pada konten feeds @filosofikopi tentang <i>brand</i> mereka dilengkapi dengan informasi yang lengkap
		Foto informatif	Postingan foto pada <i>feeds</i> @filosofikopi tentang brand mereka dilengkapi dengan informasi yang lengkap
	7 <i>Courteous</i>	Caption memiliki nilai	Penulisan <i>caption</i> pada konten <i>feeds</i> @filosofikopi tentang <i>brand</i> mereka mampu memberikan nilai positif
		Bahasa yang sopan	Penulisan <i>caption</i> pada konten <i>feeds</i> @filosofikopi tentang mereka disampaikan dengan bahasa yang sopan

Sumber: Data Olahan Penelitian (2021)

3.4.2 Operasional Variabel Y

Dimensi dan indikator yang digunakan pada variabel minat beli menggunakan teori dan konsep dari Ferdinand. Konsep tersebut memiliki 4 indikator. Indikator tersebut diantaranya minat transaksional, yaitu keinginan seseorang untuk membeli produk atau jasa. Kedua minat refensial yaitu kecenderungan seseorang untuk merefrensikan produk kepada orang lain. Ketiga minat prefensial yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada suatu produk atau jasa. Hal ini bisa diganti jika terjadi sesuatu terhadap barang preferensinya. Keempat minat eksploratif yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang ingin mencari informasi tentang produk atau jasa yang diminati, mencari kelebihan dari produk tersebut.

Tabel 3.2 Operasional Variabel Y

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Minat beli Ferdinand (2002)	Minat Transaksional	Tertarik untuk melakukan pembelian	Saya tertarik untuk memiliki produk dari filosofi kopi
		Yakin melakukan pembelian	Saya yakin untuk melakukan pembelian produk dari filosofi kopi
	Minat Refrensial	Membagikan postingan	Saya tertarik untuk membagikan postingan filosofi kopi
		Rekomendasi produk	Saya merekomendasikan produk filosofi kopi melalui akun instagram @filosofikopi
		Memberikan informasi	Saya dengan senang hati memberikan komentar baik tentang produk pada feeds Instagram @filosofikopi
	Minat prefensial	Menjadikan kebutuhan utama	Saya menjadikan @filosofikopi sebagai pilihan utama untuk memenuhi kebutuhan dibandingkan dengan brand lain
			Saya lebih suka konten @filosofikopi dibandingkan brand kopi lainnya
	Minat Eksploratif	Informasi yang menarik	Saya tertarik dengan informasi yang diberikan akun Instagram @filosofikopi
		Memberikan <i>like</i>	Saya ingin memberikan <i>like</i> kepada unggahan di akun Instagram @filosofikopi
		Menggali informasi lebih banyak	Saya ingin mencari informasi mengenai produk dengan melihat komentar dan saran yang ada pada kolom komentar konten <i>feeds</i> Instagram @filosofikopi

Sumber: Data Olahan Penelitian (2021)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan Data adalah langkah sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Mamik, 2015, p. 103). Pengumpulan data bisa dilakukan dengan berbagai sumber, setting, dan cara. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan wawancara, observasi, kuisioner, dokumentasi, dan gabungan dari keempatnya. Data didapatkan melalui dua cara yang terdiri dari data primer dan sekunder (Martono, 2010):

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan melalui kuisioner yang diberikan kepada responden. Menurut Arikunto yang dikutip oleh (Ariyani, 2014, p. 33) Data primer adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, biasa dapat dilakukan dengan wawancara, jejak pendapat dan lain lain. Dalam penelitian ini, penyebaran kuisioner akan disebarkan langsung kepada responden yaitu followers akun instagram @filosofikopi. Penelitian ini menggunakan skala likert yang terdiri dari 4 pilihan sebagai berikut.

1. Nilai 1 : Sangat tidak setuju
2. Nilai 2 : Tidak Setuju
3. Nilai 3 : Setuju
4. Nilai 4 : Sangat Setuju

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain seperti pencatatan, mengakses, atau meminta data tersebut kepada orang lain yang telah mengumpulkan data tersebut di lapangan (Istijanto, p. 38)

3.6 Teknik Pengukuran Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dapat diartikan sebagai alat untuk mengukur seberapa valid dan sah suatu kuesioner yang akan disebarkan. Kegiatan ini dilakukan sebelum pengumpulan data dengan menggunakan instrumen yang valid. Sugiyono dalam (Payadnya & Atmaja, 2020, p. 29) mengatakan bahwa validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (*content*) dari suatu instrumen. Validitas digunakan untuk mengukur suatu instrumen yang dipakai dalam suatu penelitian.

Pengujian validitas menggunakan *teknik pearson product moment* dalam mengukur keabsahan terhadap instrumen penelitian. Menurut Riyanto & Hatmawan (2020, p. 71) *teknik pearson product moment* merupakan uji statistik untuk menentukan ada atau tidaknya korelasi antar variabel. Semakin besar jumlah sampel menyebabkan kecenderungan yang sensitif untuk mendeteksi adanya korelasi antar variabel. Teknik ini dapat digunakan untuk menguji keabsahan

instrumen penelitian dengan menggunakan teknik ini. Syarat dalam teknik ini terbagi menjadi dua :

1. Nilai r hitung $> r$ tabel, maka item dinyatakan valid
2. Nilai sig (2-tailed) $< 0,05$ dan *pearson correlation* bernilai positif.

**Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X
(Konten Instagram @filosofikopi)**

Dimensi	Indikator	Pernyataan	R hitung	Ket.
<i>Clarity</i>	Informatif	Konten <i>feeds</i> Instagram @filosofikopi menyediakan informasi yang bermanfaat	.699	VALID
	Penyampaian pesan sederhana	Penulisan <i>caption</i> tentang <i>brand</i> @filosofikopi mudah dimengerti	.685	VALID
	Penyampaian pesan jelas	Foto produk yang di unggah pada akun @filosofikopi disampaikan dengan jelas	.458	VALID
<i>Concise</i>	Format foto dan <i>caption</i> ringkas	Penulisan <i>caption</i> pada unggahan Instagram @filosofikopi ringkas	.363	VALID

		Foto pada akun Instagram @filosofikopi menunjukkan brand mereka sebagai produk kopi	.279	TIDAK VALID
Concrete	Update dengan informasi terbaru dari brand filkopcatalog	Informasi yang diberikan pada <i>feeds Instagram</i> @filosofikopi tentang brand mereka selalu <i>up to date</i>	.303	TIDAK VALID
		Foto yang diberikan pada <i>feeds Instagram</i> @filosofikopi tentang brand mereka selalu <i>up to date</i>	.152	TIDAK VALID
	Informasi dapat dipercaya	Informasi yang disampaikan melalui <i>feeds</i> akun Instagram @filosofikopi benar dan terpercaya	.388	VALID
	Correct	Informasi yang diberikan	.547	VALID

	tidak salah	produk sesuai dengan apa yang dipromosikan di Instagram.		
Coherent	Caption menarik	Penulisan <i>caption</i> pada konten feeds @filosofikopi tentang <i>brand</i> mereka dikemas menarik	.039	TIDAK VALID
	Caption logis	Penulisan <i>caption</i> pada konten <i>feeds</i> @filosofikopi tentang <i>brand</i> mereka masuk akal	.427	VALID
	Foto menarik	Unggahan foto pada <i>feeds</i> @filosofikopi tentang <i>brand</i> mereka dikemas secara menarik	.542	VALID
	Foto Unik	Unggahan foto pada <i>feeds</i> @filosofikopi tentang <i>brand</i> mereka dikemas secara unik	.426	VALID

	Foto Logis	Unggahan <i>foto</i> pada <i>feeds</i> @filosofikopi tentang <i>brand</i> mereka propotional	.105	
<i>Complete</i>	Penulisan <i>Caption</i> Informatif	Penulisan <i>caption</i> pada konten <i>feeds</i> @filosofikopi tentang <i>brand</i> mereka dilengkapi dengan informasi yang lengkap	.456	VALID
	Foto informatif	Postingan foto pada <i>feeds</i> @filosofikopi tentang <i>brand</i> mereka dilengkapi dengan informasi yang lengkap	.377	VALID
<i>Corteous</i>	<i>Caption</i> memiliki nilai	Penulisan <i>caption</i> pada konten <i>feeds</i> @filosofikopi tentang <i>brand</i> mereka mampu memberikan nilai positif	.451	VALID
	Bahasa yang sopan	Penulisan <i>caption</i> pada konten <i>feeds</i> @filosofikopi tentang <i>brand</i>	.767	VALID

		mereka disampaikan dengan bahasa yang sopan		
--	--	--	--	--

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y
Minat Beli Followers

Dimensi	Indikator	Pernyataan	R hitung	Ket.
Minat Transaksional	Tertarik untuk melakukan pembelian	Saya tertarik untuk memiliki produk dari filosofi kopi	.601	VALID
	Yakin melakukan pembelian	Saya yakin untuk melakukan pembelian produk dari filosofi kopi	.457	VALID
Minat Refrensial	Membagikan <i>postingan</i>	Saya tertarik untuk membagikan unggahan filosofi kopi	.634	VALID
	Rekomendasi produk	Saya merekomendasikan produk filosofi kopi melalui akun Instagram @filosofikopi	-.016	TIDAK VALID
	Memberikan informasi	Saya dengan senang hati memberikan komentar baik tentang produk pada Instagram @filosofikopi	.626	VALID

Minat prefensial	Menjadikan kebutuhan utama	Saya menjadikan @filosofikopi sebagai pilihan utama untuk memenuhi kebutuhan dibandingkan dengan brand lain	.428	VALID
		Saya lebih suka konten @filosofikopi dibandingkan <i>brand</i> kopi lainnya	.369	VALID
Minat Eksploratif	Informasi yang menarik	Saya tertarik dengan informasi yang diberikan akun Instagram @filosofikopi	.359	TIDAK VALID
	Memberikan <i>like</i>	Saya ingin memberikan <i>like</i> kepada unggahan di akun Instagram @filosofikopi	.739	VALID

	Menggali informasi lebih banyak	Saya ingin mencari informasi mengenai produk dengan melihat komentar dan saran yang ada pada kolom komentar konten <i>feeds</i> Instagram @filosofikopi	.674	VALID
--	---------------------------------	---	------	-------

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sarmanu (2017, p. 9) uji reliabilitas adalah uji kekonsistenan instrumen yang menghasilkan ukuran konsisten. Tujuan uji reliabilitas yaitu mengukur kekonsistenan sebuah kuisioner yang digunakan untuk penelitian. Salah satu cara untuk mengukur uji reliabilitas adalah dengan menggunakan alpha Cronbach. Menurut Sujarweni (2014, p. 193) uji reliabilitas dapat dilakukan bersama dengan semua pertanyaan yang terdapat dalam kuisioner. Berikut syarat pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas :

1. Jika *Alpha Cronbach* $>0,60$ maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten
2. Sementara jika *Alpha Cronbach* $<0,60$ maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten

Berikut adalah table keandalan *Alpha Cronbach*.

Tabel 3.5 Tingkat Keandalan *Alpha Cronbach*

Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
0.00-0.20	Kurang Reliabel
0.20-0.40	Agak Reliabel
0.40-0.60	Cukup Reliabel
0.60-0.80	Reliabel
0.80-1.00	Sangat Reliabel

Sumber: (Hair, 2010, p. 245)

**Tabel 3.6 Tabel Uji Instrumen Reliabilitas Data Pre-test
Variabel Konten Instagram @filosofikopi**

Variabel	<i>Cronbach alpha</i>	<i>N of Item</i>
Konten Instagram @filosofikopi	.734	18

Sumber: Data Olahan Penelitian (2021)

**Tabel 3.7 Tabel Uji Instrumen Reliabilitas Data Pre-test
Variabel Minat Beli Followers**

Variabel	<i>Cronbach alpha</i>	<i>of Item</i>
Minat Beli Followers	.650	10

Sumber: Data Olahan Penelitian (2021)

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan tahap awal dalam pengujian data kuisioner untuk mengukur normalitas distribusi data. Hal ini berguna untuk melihat apakah variabel X dan variabel Y terdistribusi secara normal. Seperti yang dikatakan Ghazali yang dikutip oleh Dr. Fakhry Zamzam (2021, p. 42) Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah suatu model regresi, variabel independen dan variabel dependen maupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apakah suatu variabel tidak normal dapat mengakibatkan

hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas menggunakan visualisasi tabel Histogram dan P plot.

3.7.2 Uji Regresi

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik regresi linear sederhana. Menurut Slameto (2020, p. 80) regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui linearitas antar dua variabel, yaitu satu variabel dependen dan satu variabel independen

Berikut adalah rumus Regresi Linear :

$$\mathbf{Y = a + bX}$$

Keterangan :

Y = Variabel dependent

X = Variabel Independent

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi